

2026-2031年中国痛经贴行业竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

痛经贴是针对女性痛经设计的产品，其作用在于舒缓经期疼痛。它通过缓缓发出的热力透过人体之气血经络中心神阙穴，进入体内，作用于病灶宫腔，发挥其通畅气血功效。从传统医学角度来看，由于人体是一个以五脏为中心，以经络联系全身的有机整体。其治疗保健的根本在于温经散寒，暖宫散瘀，恢复女性的真元之气及脏器功能。痛经贴贴于神阙穴(肚脐)、阴交穴(肚脐下1寸)、关元穴(肚脐下3寸)。具有灵活调整药物靶向，药效持久，疗程短、见效快、治疗彻底、不再复发等特点。

随着社会生产力的极大进步导致市场竞争的加剧，企业现有的利润已经越来越不能满足多层级渠道的需要，因此渠道扁平化已经成为了众多厂家一致的销售战略，越来越多的省级代理甚至县级代理都被取消，取而代之的是各地区数量众多的基层分销商，商品到达消费者手中的环节最多不超过2级。企业直营与渠道下沉成为营销部门工作之中心内容。减少中间环节，体现价格和服务优势，加强对销售终端的控制力，是未来一段时间痛经贴企业的首要任务。

在移动互联网横行的时代，痛经贴行业的传播手段可谓千变万化、新招迭出，但万变不离其宗。痛经贴企业只有更加注重消费者的体验，提升消费者对产品的粘性，才能在未来的竞争中立于不败之地。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对痛经贴市场进行了分析研究。报告在总结痛经贴行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对痛经贴行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为痛经贴企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 痛经贴行业概述 1

第一节 痛经贴行业定义 1

第二节 痛经贴行业市场特点分析 1

一、产品特征 1

二、影响需求的关键因素 1

三、主要竞争因素 2

第三节 痛经贴行业发展周期分析 2

一、行业周期简介 2

二、痛经贴行业企业周期研判 4

第二章 2021-2026年中国痛经贴行业发展环境分析 5

第一节 宏观经济环境分析 5

一、GDP历史变动轨迹分析 5

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 6

三、2026-2031年中国宏观经济发展预测分析 6

四、“十四五”宏观经济形势研究 7

五、“十四五”产业发展形势研究 31

第二节 痛经贴行业主要法律法规及规划 66

一、《药品管理法》修订解读 66

二、《“十四五”国家药品安全规划》 67

1、发展目标 67

2、主要任务 68

第三节 痛经贴行业社会环境发展分析 70

一、人口环境分析 70

二、教育环境分析 70

三、文化环境分析 70

四、生态环境分析 70

五、中国城镇化率 71

六、居民的各种消费观念和习惯 71

第三章 2021-2026年中国痛经贴行业生产现状分析 72

第一节 痛经贴行业产能概况 72

一、痛经贴行业产能分析 72

二、2026-2031年中国痛经贴行业产能预测 72

第二节 痛经贴行业市场容量分析 73

一、痛经贴行业市场容量分析 73

二、产能配置与产能利用率调查 74

三、2026-2031年中国痛经贴行业市场容量预测 74

第三节 影响痛经贴行业供需状况的主要因素 75

一、痛经贴行业供需现状 75

二、2026-2031年中国痛经贴行业供需平衡趋势预测 76

第四章 2021-2026年中国痛经贴所属行业数据监测分析 77

第一节 痛经贴所属行业规模分析 77

一、企业数量分析 77

二、资产规模分析 77

三、销售规模分析 78

四、利润规模分析 78

第二节 痛经贴所属行业产值分析 79

一、产成品分析 79

二、工业销售产值分析 79

三、出口交货值分析 80

第三节 痛经贴所属行业成本费用分析 80

一、销售成本分析 80

二、销售费用分析 81

三、管理费用分析 82

四、财务费用分析 82

第四节 痛经贴所属行业运营效益分析 83

一、盈利能力分析 83

二、偿债能力分析 84

三、运营能力分析 84

四、成长能力分析 85

第二部分 区域市场分析

第五章 2021-2026年中国痛经贴行业区域市场情况分析 87

第一节 痛经贴行业需求地域分布结构 87

第二节 痛经贴行业重点区域市场消费情况分析 88

一、华东地区 88

二、中南地区 88

三、华北地区 89

四、西部地区 89

第三节 痛经贴行业经销模式 90

第四节 痛经贴行业渠道形式 91

第五节 痛经贴行业渠道存在问题 92

第三部分 行业竞争格局

第六章 2021-2026年中国痛经贴行业竞争情况分析 94

第一节 中国痛经贴行业经济指标分析 94

一、赢利性 94

二、附加值的提升空间 94

三、进入壁垒/退出机制 94

四、行业周期 96

第二节 中国痛经贴行业竞争结构分析 96

一、现有企业间竞争 96

二、潜在进入者分析 97

三、替代品威胁分析 97

四、供应商议价能力 98

五、客户议价能力 98

第三节 2026-2031年中国痛经贴行业市场竞争策略展望分析 99

一、痛经贴行业市场竞争趋势分析 99

二、痛经贴行业市场竞争格局展望分析 99

三、痛经贴行业市场竞争策略分析 99

- 1、坚持产品创新的领先战略 99
- 2、坚持品牌建设的引导战略 99
- 3、坚持工艺技术创新的支持战略 99
- 4、坚持市场营销创新的决胜战略 100
- 5、坚持企业管理创新的保证战略 100
- 6、品牌经营—痛经贴产业的新核武器 100

第七章 2021-2026年中国痛经贴主要生产企业发展概述 102

第一节 厦门百健堂医药科技有限公司 102

- 一、企业概况 102
- 二、企业产品分析 102
- 三、企业销售渠道分析 102
- 四、企业竞争优势分析 102
- 五、企业未来发展战略 103

第二节 湖北普爱药业有限公司 103

- 一、企业概况 103
- 二、企业产品分析 103
- 三、企业销售渠道分析 103
- 四、企业竞争优势分析 104
- 五、企业未来发展战略 104

第三节 山东环球医药有限公司 104

- 一、企业概况 104
- 二、企业产品分析 105

三、企业销售渠道分析 105

四、企业竞争优势分析 105

五、企业未来发展战略 105

第四节 清远丰源生物科技有限公司 106

一、企业概况 106

二、企业产品分析 106

三、企业竞争优势分析 106

第五节 娇妍(广州)日用品有限公司 106

一、企业概况 106

二、企业产品分析 107

三、企业销售渠道分析 107

四、企业竞争优势分析 107

五、企业未来发展战略 107

第四部分 行业投资分析

第八章 2026-2031年中国痛经贴行业发展预测分析 108

第一节 痛经贴行业未来发展预测分析 108

一、痛经贴行业发展规模分析 108

二、2026-2031年中国痛经贴行业发展趋势分析 108

第二节 痛经贴行业供需预测分析 109

一、痛经贴行业供给预测分析 109

二、痛经贴行业需求预测分析 110

第三节 痛经贴行业市场盈利预测分析 111

第九章 2026-2031年中国痛经贴行业投资战略研究 112

第一节 痛经贴行业发展关键要素分析 112

一、生产要素 112

二、需求条件 112

三、支援与相关产业 112

四、企业战略、结构与竞争状态 112

五、政府的作用 112

第二节 痛经贴行业投资策略分析 113

一、中国痛经贴行业投资规划 113

二、中国痛经贴行业投资策略 114

三、中国痛经贴行业成功之道 114

第十章 2026-2031年中国痛经贴行业投资机会与风险分析 116

第一节 痛经贴行业投资机会分析 116

一、投资前景 116

二、投资热点 116

三、投资区域 116

四、投资吸引力分析 117

第二节 痛经贴行业投资风险分析 117

一、市场竞争风险 117

二、原材料风险分析 119

三、政策/体制风险分析 120

四、宏观经济风险分析 120

五、其他风险分析 125

第十一章 中道泰和对痛经贴行业投资建议 131

第一节 目标群体建议(应用领域) 131

第二节 产品分类与定位建议 131

一、安琪痛经贴 131

二、经舒宁痛经贴 132

三、鹿粉经宝痛经贴 132

四、月月安 132

第三节 价格定位建议 133

一、高价定位 133

二、低价定位 133

三、中价定位 133

四、固定价格定位 134

第四节 技术应用建议 134

第五节 投资区域建议 135

第六节 销售渠道建议 135

一、痛经贴市场营销渠道结构 135

1、垂直营销渠道 135

2、水平渠道 136

3、伙伴型渠道 136

4、松散型渠道 136

二、痛经贴市场伙伴型渠道研究 138

- 1、伙伴型营销渠道的特点 138
- 2、伙伴型营销渠道的层次分析 139
- 3、伙伴型营销渠道的优势分析 139
- 4、伙伴型营销渠道关系的构建方法 140
- 5、伙伴型营销渠道关系的构建应遵循的原则 142
- 三、痛经贴市场直接分销渠道与间接分销渠道管理 142
- 1、直接分销渠道 142
- 2、间接分销渠道(长渠道、短渠道) 144
- 3、宽渠道营销、窄渠道营销分析 146
- 四、大客户直供销售渠道建立策略 147
- 五、经销渠道优化分析 148
- 1、营销渠道设计上的问题 148
- 2、营销渠道管理中存在的问题 148
- 3、营销渠道优化策略 149
- 第七节 资本并购重组运作模式建议 151
- 一、并购重组 151
- 二、股权投资 151
- 三、吸收股份并购模式 152
- 四、资产置换式重组模式 152
- 五、以债权换股权模式 153
- 六、合资控股模式 153
- 七、在香港注册后再合资模式 153

八、战略联盟模式 154

九、投资控股收购重组模式 154

第八节 企业经营管理建议 154

一、经营管理职能 154

二、制定经营目标的原则 155

第九节 重点客户建设建议 156

一、实施重点客户战略的必要性 156

二、合理确立重点客户 157

三、对重点客户的营销策略 158

四、强化重点客户的管理 164

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 166

图表目录

图表：痛经贴行业企业成长阶段特点及判断标准 4

图表：2021-2026年我国国内生产总值以及增长率 5

图表：2021-2026年我国经济增长率变动情况 12

图表：我国进出口占GDP比重变动情况 13

图表：2021-2026年中国痛经贴产能 72

图表：2026-2031年中国痛经贴行业产能预测 73

图表：2021-2026年中国痛经贴市场容量 73

图表：2021-2026年中国痛经贴行业产能利用率 74

图表：2026-2031年中国痛经贴行业市场容量预测 75

图表：2021-2026年中国痛经贴行业供应能力 75

图表：2026-2031年中国痛经贴供给量预测	76
图表：2021-2026年中国痛经贴总资产规模	77
图表：2021-2026年中国痛经贴销售收入	78
图表：2021-2026年中国痛经贴销售毛利润	79
图表：2021-2026年中国痛经贴产量	80
图表：2021-2026年中国痛经贴销售成本	81
图表：2021-2026年中国痛经贴销售费用	81
图表：2021-2026年中国痛经贴管理费用	82
图表：2021-2026年中国痛经贴财务费用	83
图表：2021-2026年中国痛经贴毛利润率	83
图表：2021-2026年中国痛经贴资产负债率	84
图表：2021-2026年中国痛经贴行业速动比率	85
图表：2021-2026年中国痛经贴资产增长率	85
图表：2026-2031年中国痛经贴资产增长率预测	108
图表：2026-2031年中国痛经贴净利润率预测	109
图表：2026-2031年中国痛经贴供给增长率预测	109
图表：2026-2031年中国痛经贴需求量	110
图表：2026-2031年中国痛经贴毛利润率预测	111

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：58651

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170403/58651.shtml>

在线订购：[点击这里](#)